

シリーズ「電波制度見直し」①

日本に必要な配信プラットフォーム活用と強化

1月22日の通常国会での施政方針演説で、安倍首相は通信・放送融合の中で電波の有効利用に向け大胆な改革を進めると明言した。政府の電波制度見直しへの動きが進む中、放送・メディア事業者はどう対応すればいいのか。第1回は、音 好宏・上智大学 新聞学科 教授にインタビューした。(聞き手:吉井 勇・本誌編集部、構成:渡辺 元・本誌編集長)



音 好宏
上智大学 新聞学科 教授

「未来への意気込み」の有無と 米日の規制緩和の違い

—— 政府の規制改革会議などでは、放送産業の岩盤規制の緩和が議論されています。

音 近年米国では、ディズニーのFOX買収、AT&Tのタイムワーナー買収といった動きがあります。私は、これらの米大手メディアの関係者たちに話を聞く機会がありました。彼らは、FCCの規制緩和策に期待し、次のビジネスへのやる気も満々でした。新しい変化を自分でつかみたいと思っているのです。つまり、新しい規制緩和政策に自分たちも乗り込むことによって、新しい未来を描けるんだ、という意気込みがあるからだと思います。

では日本はどうでしょうか。日本の最大の問題は、プレイヤーにインセンティブが生まれていないことだと思います。現プレイヤーも新プレイヤーも、制度改革が行われることをうまく追い風にして、自分が新天地でビジネスをどんどんやっていこうという意気込みがある人は、実は意外と少ないのが現状です。例外は毎年200億円をAbemaTVに投資している藤田晋サイバーエージェント代表取締役社長でしょうが、全体からすると稀有な方と思えます。行政はプレイヤーにインセンティブを与え、次の放送産業のデザインをプレイヤーと一緒に描く、という状況をどうつくるのかということが、今、求められているのではないのでしょうか。

—— 放送局が番組をネット系プラットフォームに配信することをどうお考えですか。

音 放送局は、日本最大のコンテンツ事業者でもあります。そのコンテンツをどこに流すか。自局の放送で流すだけでなく、他のプラッ

トフォームにもどんどん溢れ出させればいのです。溢れ出した先がYahoo!かもしれない、Amazonかもしれません。これで流したコンテンツは、スマホで見られることが多いと思いますが、テレビ受像機に表示するという見方もあります。Netflixはすでに行っていますが、米国で制作されたテレビ番組をNetflixが配給事業者として入手して、それを通信回線で流しています。このコンテンツはスマホでも見られますが、大画面の4Kテレビ受像機で見られることもできます。日本のNHKや民放も同じように、ネット系のプラットフォームに流せばいいのです。日本の放送局が制作ハンドリングをした番組が、NetflixやHuluなどのプラットフォームを通じてテレビ受像機に流れるというサービスはあっていいでしょう。

TVerがオールジャパンの プラットフォームになるのか

—— このプラットフォームは、ネット系に対抗して放送局側が作るという発想はどうですか。

音 現状、プラットフォームが多過ぎます。事業をすでに閉じたOTT事業者も出ています。しかし、放送局によるプラットフォームが少数に整理されることは恐らくないでしょう。新聞記事の統一した配信プラットフォームができないのと同じ状況です。プラットフォームを一つにまとめて、それ以外のプラットフォームには配信しないようにすれば、市場的にも強いということは皆わかっているのですが、各局とも自社サイトの利益を優先しているため、プラットフォームの統合には後ろ向きに思えます。

—— 例えば、TVerはオールジャパンのプ

ラットフォームになり得ますか。

音 そうすべきと、TVerの設立を牽引してきた井上弘・民放連会長は考えられていると思います。これまでの広告ビジネスモデルを担保しつつ、オール民放のプラットフォームになるようTVerを提唱しました。しかし、参加した各放送局はTVerに自局コンテンツの一部は流しますが、TVerから自局のプラットフォームに誘導しようとしています。そのためTVerは使いにくくなっています。フジテレビオンデマンド(FOD)がその典型です。トータルとしてマーケットが大きくなるようなデザインにしなければいけないのに、狭いマーケットを自局がどれだけ取れるのかという争いが目につきます。この状況では、放送界にもっと強烈な危機感が生まれるのを待つしかないのかも知れません。

—— 今後の放送のビジョンをどのように考えればいいのでしょうか。

音 米国FCCが放送政策としてずっと言い続けていることは、①公共性・公益性の担保、②競争、③地域主義です。②はプレイヤーたちが競争することによって多様で良質なサービスを視聴者に提供する事業者が生まれるとしてきました。③は、ビジネス的には厳しいが、放送の非常に重要なミッションです。

日本の放送政策で重視されてきたのは、公共性、多様性、地域性です。米国と似ていますが、加えて日本で特に放送事業に求められてきたのは、安定性・継続性のあるサービスです。それは、災害時でも求められるものです。日本の放送事業の将来デザインにあたっては、国民に支持されてきた安定性・継続性のあるサービスの運用、災害など緊急時の対応力をミッションとして掲げるべきだと思います。